

## 鶴見中央地域ケアプラザ福祉機器展示で一石四鳥

### 1 地域ケアプラザとは

地域ケアプラザとは、身近な地域で様々な福祉保健サービスを一体的に提供する施設として、横浜市が独自に整備している施設です。中学校区程度に1館を目標として整備が行われており、平成20年7月末現在で、市内に110箇所整備されています。

地域ケアプラザは、主に次の5つの機能を持っています。

**① 地域活動・交流**  
地域活動等の場として、多目的ホール等の諸室を貸し出します。また、地域ケアプラザ主催の各種講座やイベントなども開催します。

**② 地域包括支援センター**  
高齢者が住みなれた地域で生活を継続できるよう、専門的なスタッフを配置し、高齢者や家族に対する総合的な相

談を受け、支援や情報提供などをを行います。また、要支援・要介護になるおそれのある方の介護予防ケアプランの作成や関係機関とのネットワーク構築、ケアマネジャーへの支援などを行います。

**③ 介護予防支援(介護保険事業)**  
介護保険制度の要支援認定を受けている方に対し、介護予防サービスのケアプランを作成します。

**④ 居宅介護支援(介護保険事業)**  
介護保険制度の要介護認定を受けている方に対し、介護サービスのケアプランを作成します。

**⑤ デイサービス(介護保険事業)**  
介護保険制度の要支援・要介護認定を受けている方を対象に、日帰り、健康チェック、入浴、食事、レクリエーションなどを行います。

なお、地域ケアプラザは、

平成3年度の第1館目整備以降、福祉制度や横浜市施策の変遷の経緯の中で、地域ケアプラザの機能もさまざまに変化しており、上記の5機能は現時点での標準形です。

### 2 費用をかけずに福祉機器展示ができないか

地域ケアプラザのうち、各区1館は福祉機器の展示・相談業務を実施することとされています。展示の実施にあたっては、健康福祉局で予算を計上し、各区への区配により、区が地域ケアプラザにリース代を指定管理料に含めて支払っていました。

横浜市ではこれまで、福祉機器の展示にあたり、各館約100万円、市内全体で約1,300万円ものリース代をかけていました。さらに、一度リースで展示すると新しい福祉機器がなかなか置けず、どんどん新しくなる最新の福

祉機器を展示することができないという課題を抱えていました。

健康福祉局は、費用をなるべくかけずに展示機能を維持し、かつ新しい機器を展示するには、横浜市のさまざまな事業で活用されている広告事業(注1)の活用ができないかと考えました。そして平成19年5月に、福祉機器展示機能を担う鶴見中央地域ケアプラザがオープンするのに合わせ、その地域ケアプラザで企業の広告として福祉機器展示を試験的に行えないか鶴見区に打診があり、事業の実施に向けた検討を始めることになったのです。

### 3 広告導入まで

広告事業の活用について、健康福祉局地域支援課と鶴見区福祉保健課で、行政運営調整局財源課に相談したところ、福祉関係での広告事業の

執筆

古谷 朋子

鶴見区福祉保健課事業企画係

(注1) 広告事業

広報印刷物や公共施設等を広告媒体として提供することにより事業者等から広告料収入などを得て行う事業

活用はまだなく、うまくいかどうかはわからないが、ダメでもとくらいいの試行的な取り組みで行ってみようということになり、広告事業の一般的な手法のアドバイスを得ながら、鶴見区で公募から選定、展示調整を行うこととしました。

### ＜事業の実施経過＞

鶴見区で公募内容を検討し、選定条件を次のように定め、募集案内に記載しました。

- ・日常生活がイメージできる展示内容であること
  - ・さまざまなメーカーの機器が展示されること
  - ・その他、特筆すべき事項
- 公募は19年5月1日から5月31日まで行い、行政運営調整局で横浜市ホームページに掲載するとともに、区内福祉用具貸与事業者に連絡しました。

5月31日までに3者から応募があり、鶴見区で事業者へのヒアリングなどを行って選定作業を進め、7月2日にそのうちの1社フジックス・システム・エンジニアリング(株)を選定しました。

選定のポイントとしては①日常生活を総合的にイメージしやすい。②セミナー・相談会等を積極的に行う。③展示料金の提案がある(月額

7,000円)などがありました。

このあと鶴見区・事業者・指定管理者・行政運営調整局とで契約及び設置に関する調整を行い、鶴見区・事業者・指定管理者で契約し、10月1日から展示が実施されています。

### 4 取り組みの成果 ↳一石四鳥の効果

①横浜市の財政に貢献  
年間リース料をかけることなく、事業者から広告料をとって展示でき、経費節減のみならず、横浜市の収入アップにも貢献できました(リース料年間約100万円の節減に加え、年額84,000円の収入)

②イメージしやすい体験型展示  
福祉機器を専門的に取り扱う事業者ならではの提案で、玄関やお風呂などの段差を再現した展示を行い、暮らしをイメージしやすい体験型の展示を行うことができました。(写真1、2)

③相談会も実施  
事業者提案により福祉機器の相談会も実施でき、利用者にわかりやすい福祉機器のこ

案内をしています。

④さまざまな選択肢を紹介  
区内の福祉機器取扱事業者についても、一覧を掲示し公平に紹介しており、利用者にさまざまな選択肢があることをお知らせしています。

### 5 振り返り

今回の鶴見区における地域ケアプラザの福祉機器展示の取り組みは、広告事業の一つの取り組み事例ではありますが、横浜市では、これまで福祉関係で事業内容に専門的な提案を受けて広告事業を行った事例がなかったため、事業者からの提案はあるだろうか、まして広告料の提案などいただけるのか半信半疑で公募を行いました。しかし、思

た以上のすばらしい提案があり、驚いたというのが正直なところですが、専門的に行っている事業者ならではの提案と、実際に管理運営を行う指定管理者の現場からの提案は、やはり行政だけではなかなか考えられないような内容で、行政の役割は公の施設の展示としてどうあるべきかを考え調整することなので、業務的にもあまり負担感がありませんでした。

また、広告事業ということでも、事業者のPRを行うこととなり、市民に事業者紹介に偏りがあると受け取られないか危惧していましたが、公募時に選定の視点とした「さまざまなメーカーの福祉機器を展示すること」に加えて区内の福祉機器取扱事業者の一覧をわかりやすく掲示いただけるとのこととなり、その危惧も払拭されました。

さらに、事業者や地域ケアプラザと調整を重ねる中で、その事業に対する理解や関係機関との連携も深まり、非常

に勉強になったと思っ

ています。  
福祉機器のみならず、展示などの事業を行う場合には、このような手法はとても有効だと思えます。広告事業という、難しそうに感じますが、事業者と行政で役割分担を行うので、意外に負担感が少なく、想定外の提案などもあり、楽しく事業が行えると思います。

今後も、さまざまな事業で、民間の力をうまく取り入れるような事業手法に取り組んでいければと考えています。

写真1 展示スペースの様子

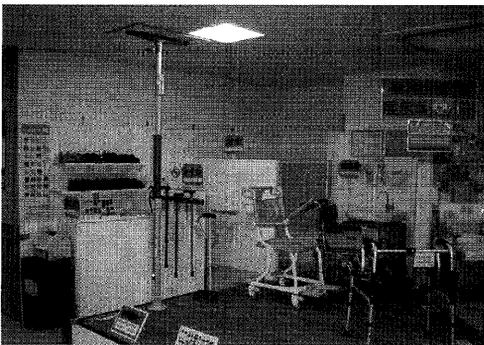


写真2 福祉機器を体験している様子

